



2017年9月期 第3四半期 決算説明資料

2017年8月4日
株式会社ロックオン

CONTENTS

目次

01

2017年9月期経営方針のおさらい

02

2017年9月期第3四半期決算概要

03

マーケティングプラットフォーム事業

04

商流プラットフォーム事業

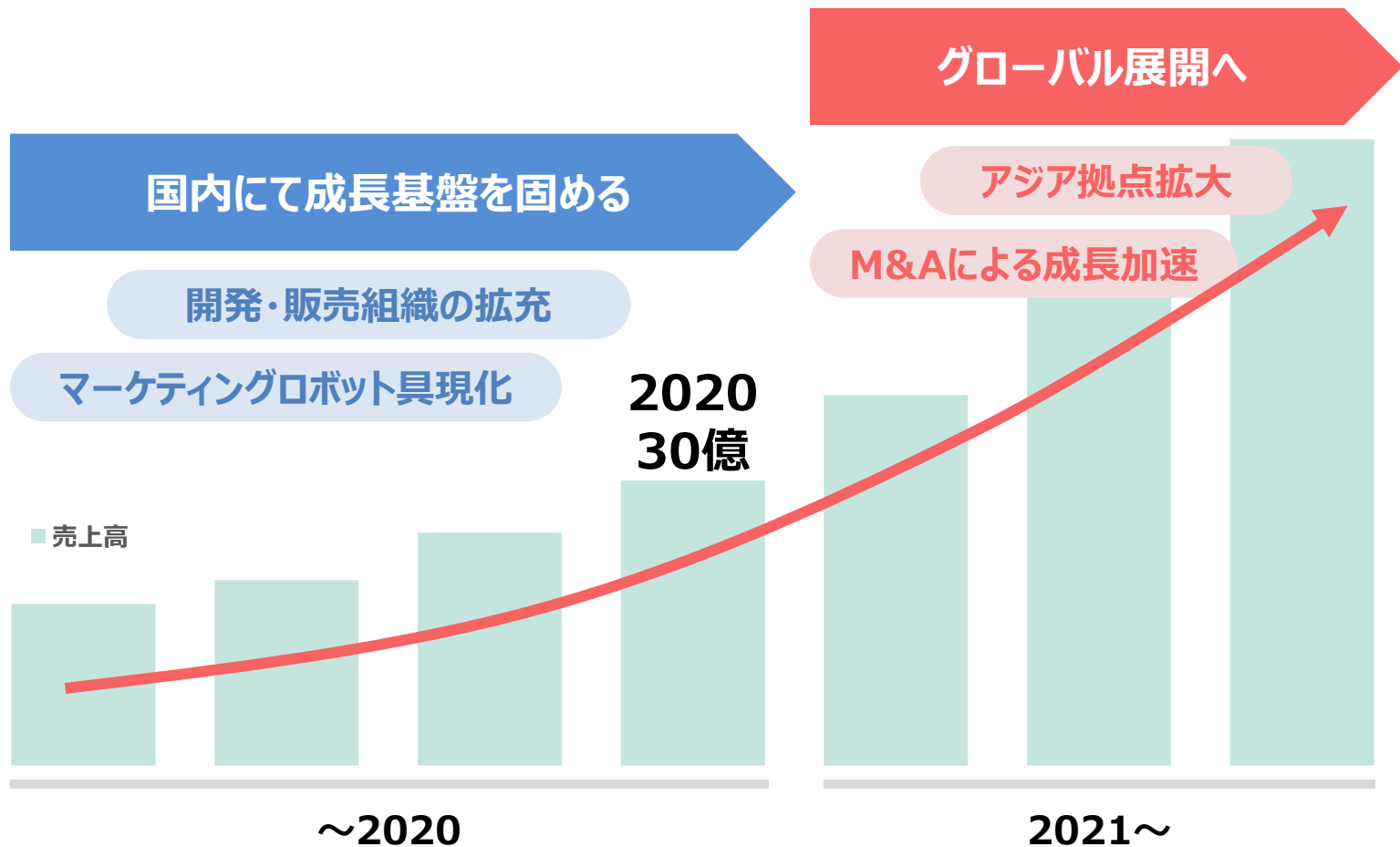
05

通期業績見通しについて

01

2017年9月期 経営方針のおさらい

2020年9月期 売上30億円



2020年売上30億に向けた戦略マップ

2020年
売上高
30億

マーケティング
ロボット重点開発
テーマの具現化

AIを活用したビッグデータ解析、
他サービスとの連携に積極投資

ノンコア事業切り離し
エンジニアをコア事業にシフト

開発人員増加
AI, BI, API等注力分野の具現化

マーケティング
セールス
組織の拡充
高度化

マーケティング体制の拡充

エキスパート人材による
組織の高度化

営業人員増加
新規獲得・既存リレーション強化

02

**2017年9月期
第3 四半期決算概要**

ポイント

■ 2017年9月期 第3四半期業績

- ・ マーケティングプラットフォーム事業が牽引し売上高は伸張
- ・ 商流PF事業の再編、成長に向け人員採用を強化したことなどに伴い減益

■ マーケティングプラットフォーム事業

- ・ アカウント数、平均単価ともに伸張
- ・ 外部連携の基盤となるシングルソースAPIを発表 マーケティングロボット具現化進む
- ・ マーケティング&セールス、顧客サポートの組織強化が進む

■ 商流プラットフォーム事業

- ・ 受託開発事業の関連会社への業務移管が順調に進捗
- ・ EC-CUBEはFacebookプラグインなどをリリース 堅調に推移

■ 2017年9月期 通期業績予想

- ・ 前回発表から変更なし

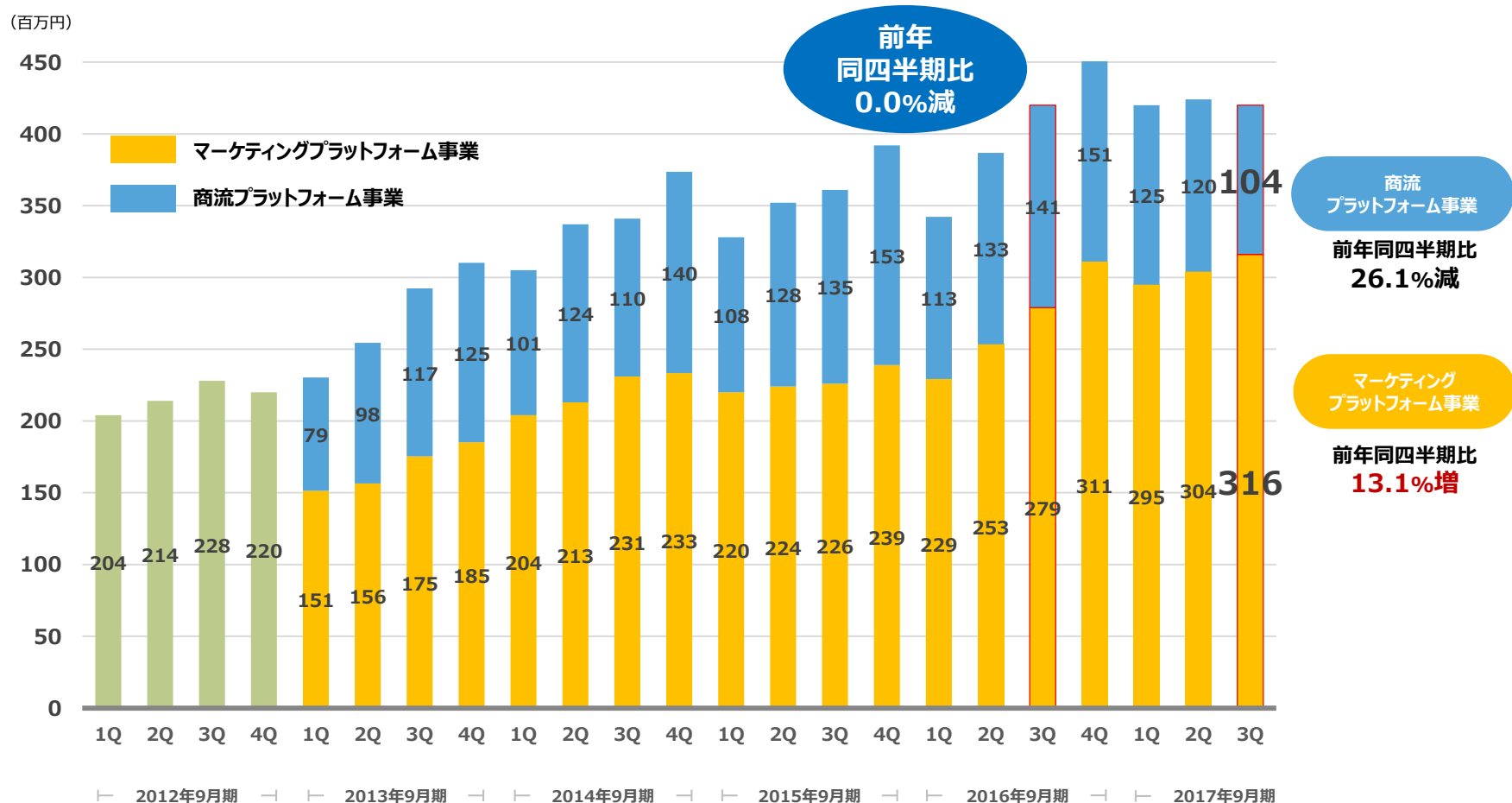
2017年9月期第3四半期 業績サマリー

マーケティングプラットフォーム事業が牽引し売上高は伸張
商流PF事業の再編、成長に向け人員採用を強化したことなどに伴い減益

	売上高		営業利益	
	(百万円)	前年同期比	(百万円)	前年同期比
全社	1,266	110.2%	116	71.8%
マーケティング プラットフォーム 事業	916	120.2%	138	104.0%
商流 プラットフォーム 事業	350	90.4%	▲21	前期は28

四半期売上高の推移

マーケティングPF事業は引き続き伸張も
 商流PF事業は受託開発事業整理で減少、全体としては前年同期比横ばい

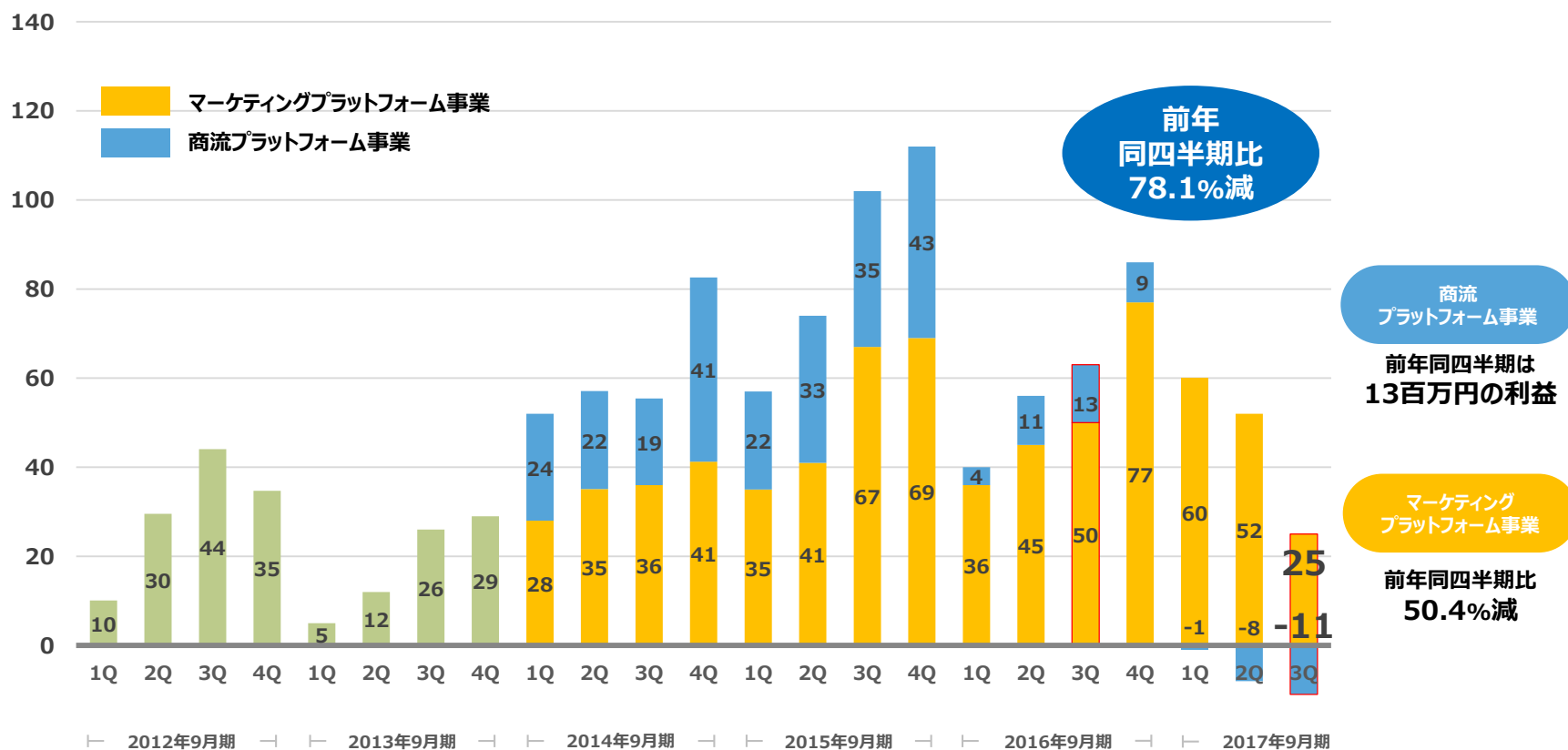


※：2012年以前のセグメントごとの売上は開示していないため、合算のみの記載となります。

四半期営業利益の推移

マーケティングPF事業における成長投資、
商流PF事業における受託開発事業の整理により前年同期比で減益

(百万円)



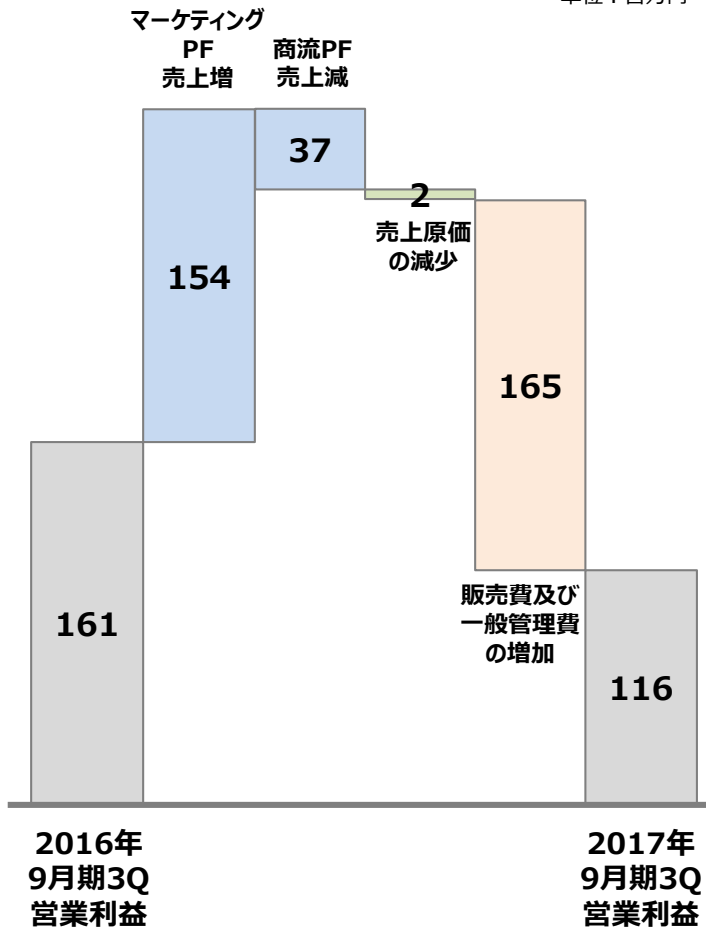
※：2012年以前のセグメントごとの売上は開示していないため、合算のみの記載となります。

損益計算書

単位：百万円

営業利益の変動要因 2016年9月期3Q-2017年9月期3Q

単位：百万円



	2016年 9月期3Q	2017年 9月期3Q	前年 同期比	増減率
売上高	1,149	1,266	+117	10.2%
マーケティングPF	762	916	+154	20.2%
商流PF	387	350	▲37	▲9.6%
売上原価	421	419	▲2	▲0.6%
売上総利益	727	847	+119	16.4%
販売管理費	566	731	+165	29.2%
営業利益	161	116	▲45	▲28.2%
営業利益率	14.1%	9.2%		▲4.9points
経常利益	162	130	▲32	▲19.9%
税金等調整前 四半期純利益	162	130	▲32	▲19.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	103	90	▲13	▲13.0%

主な費用の増減要因

単位：百万円

	主な要因	2016年 9月期3Q	2017年 9月期3Q	前年 同期比	要因詳細
売上原価 の増加	エンジニアの増加	191	229	+38	・国内エンジニア 5名増加 ・ベトナムエンジニア 3名増加
	減価償却費の増加	20	36	+16	・自社開発ソフトウェア
	資産振替額の増加	▲54	▲96	▲42	・自社開発ソフトウェアにかかる労務費等 を資産に振替計上
販売管理費 及び 一般管理費 の増加	人件費の増加 ※採用費含む	236	290	+53	・マーケティング&セールス部門 13名増加
	代理店マージンの 増加	76	89	+13	・マーケティングPFに関する
	減価償却費の増加	4	24	+20	・資産除去費用の償却
	広告宣伝費の増加	36	46	+10	・マーケティングPF広告費の増加
	その他販管費の 増加	213	279	+66	・退任取締役への退職慰労金 ・ガバナンス強化 ・回収懸念先にかかる引当金計上ほか

貸借対照表

ソフトウェア開発 東京オフィス移転 関連会社株式取得等により固定資産増加

単位：百万円

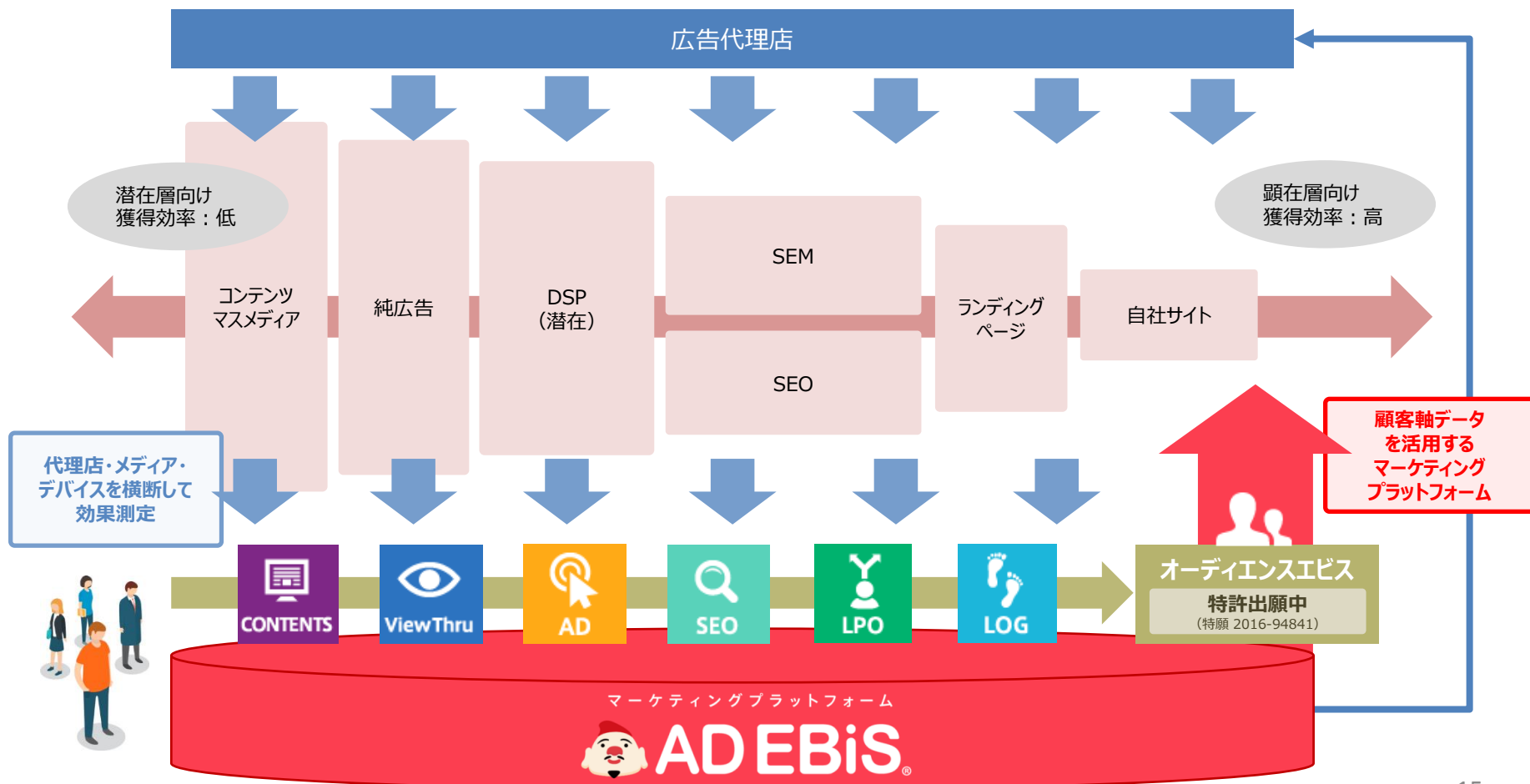
	2016年 9月期	2017年 9月期3Q	増減率	要因詳細
流動資産	1,129	1,040	▲7.9%	
現預金	762	733	▲3.8%	
固定資産	305	443	45.3%	
（有形固定資産）	75	85	13.1%	
（無形固定資産）	122	194	58.8%	・自社開発ソフトウェア（既存サービス拡充）
（投資その他資産）	106	163	52.7%	・東京オフィス移転にかかる保証金等 ・持分法適用関連会社株式の取得
総資産	1,434	1,483	3.4%	
流動負債	216	194	▲10.0%	
固定負債	24	37	49.6%	
純資産	1,193	1,251	4.9%	

03

マーケティング
プラットフォーム事業

マーケティング効果測定プラットフォーム

アドエビスはあらゆるマーケティングの効果メディア・デバイス・代理店を横断して測定、
マーケティング活動の成果最大化をサポートするサービス



アドエビスの売上構成

アドエビスの売上は
アカウント数 × 平均単価(月額) の**ストックビジネス**。
外部要因に左右されにくい**安定成長**を実現。



売上 =

指標①

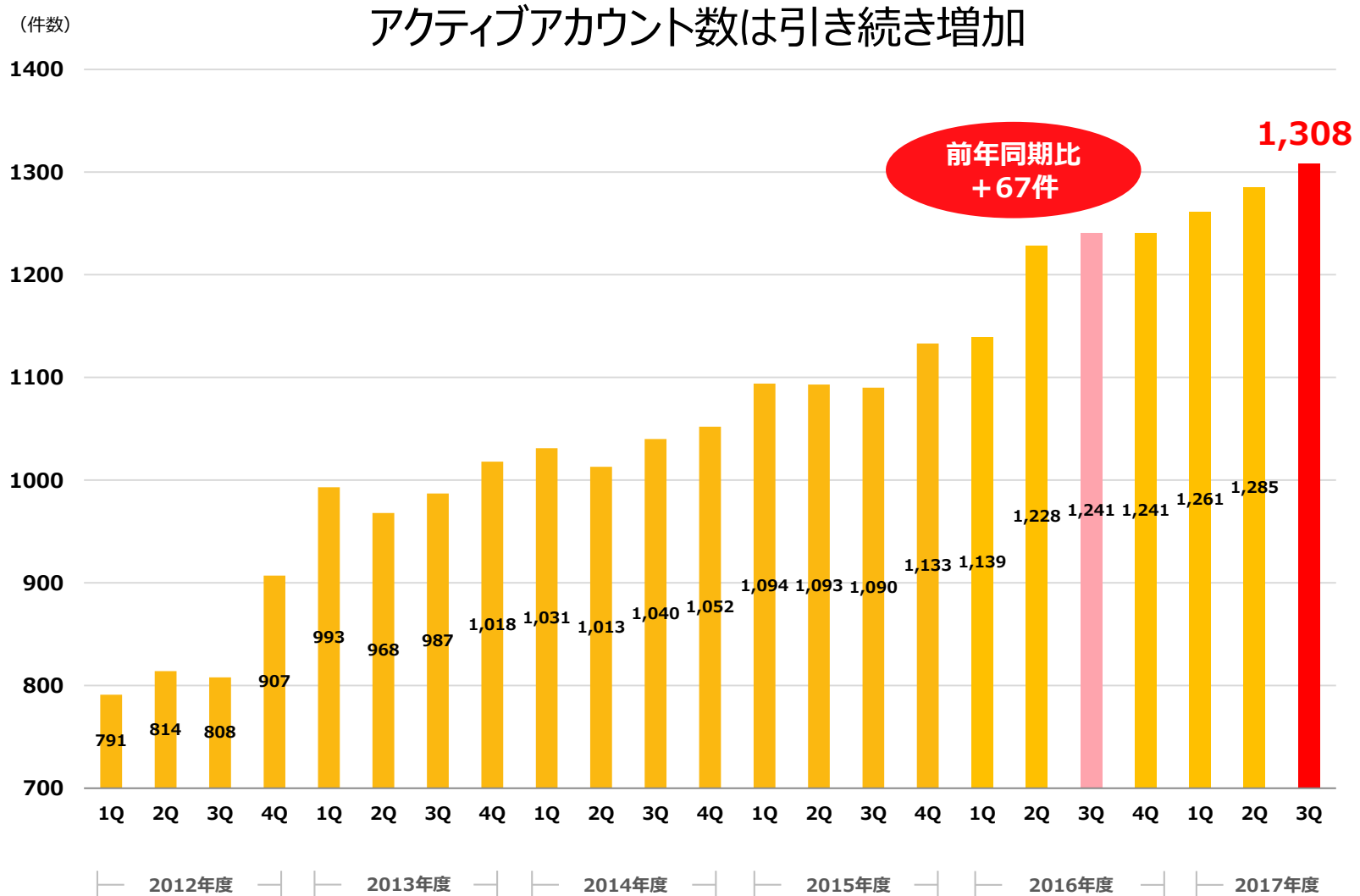
アカウント数

×

指標②

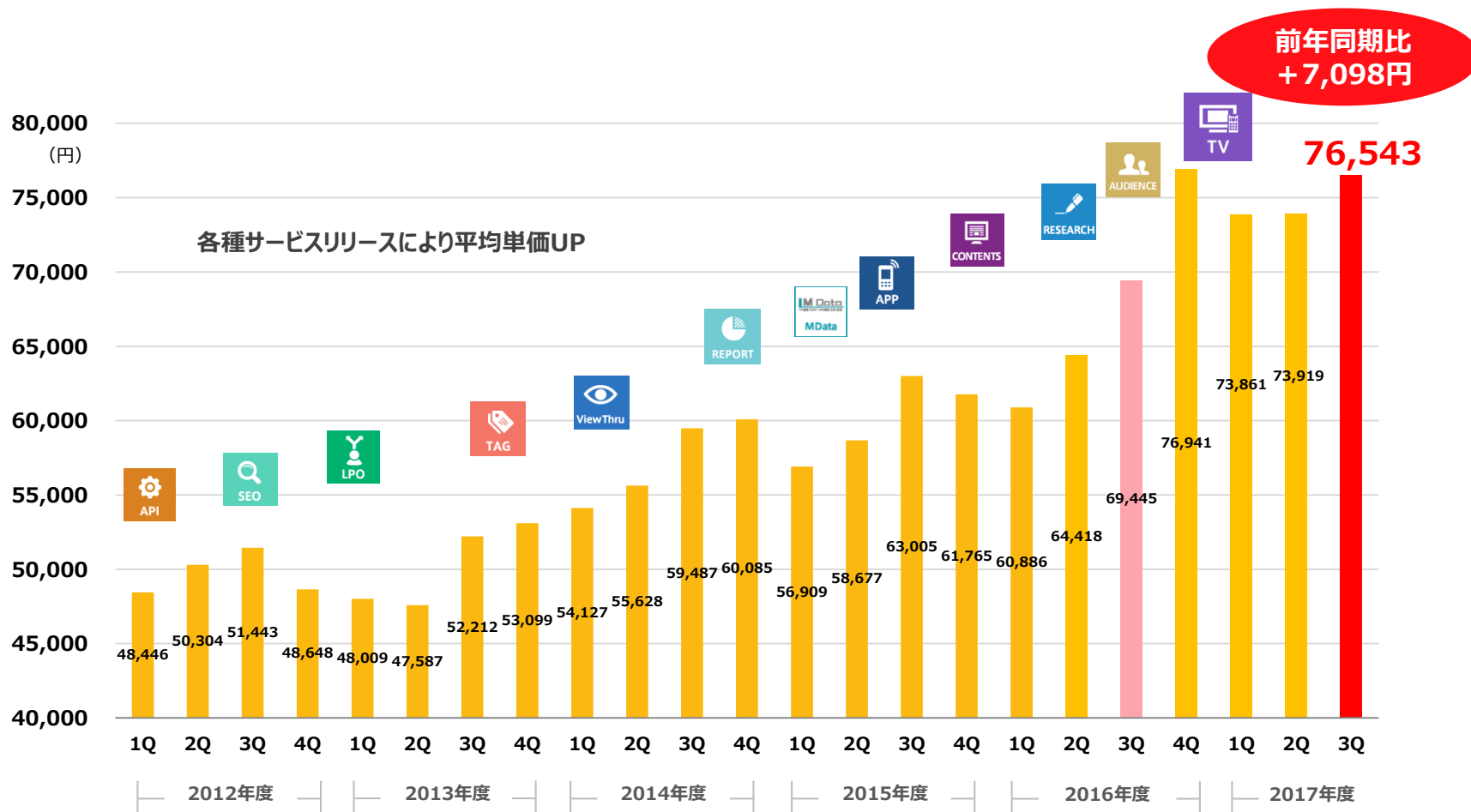
平均単価

指標①：アクティブアカウント数



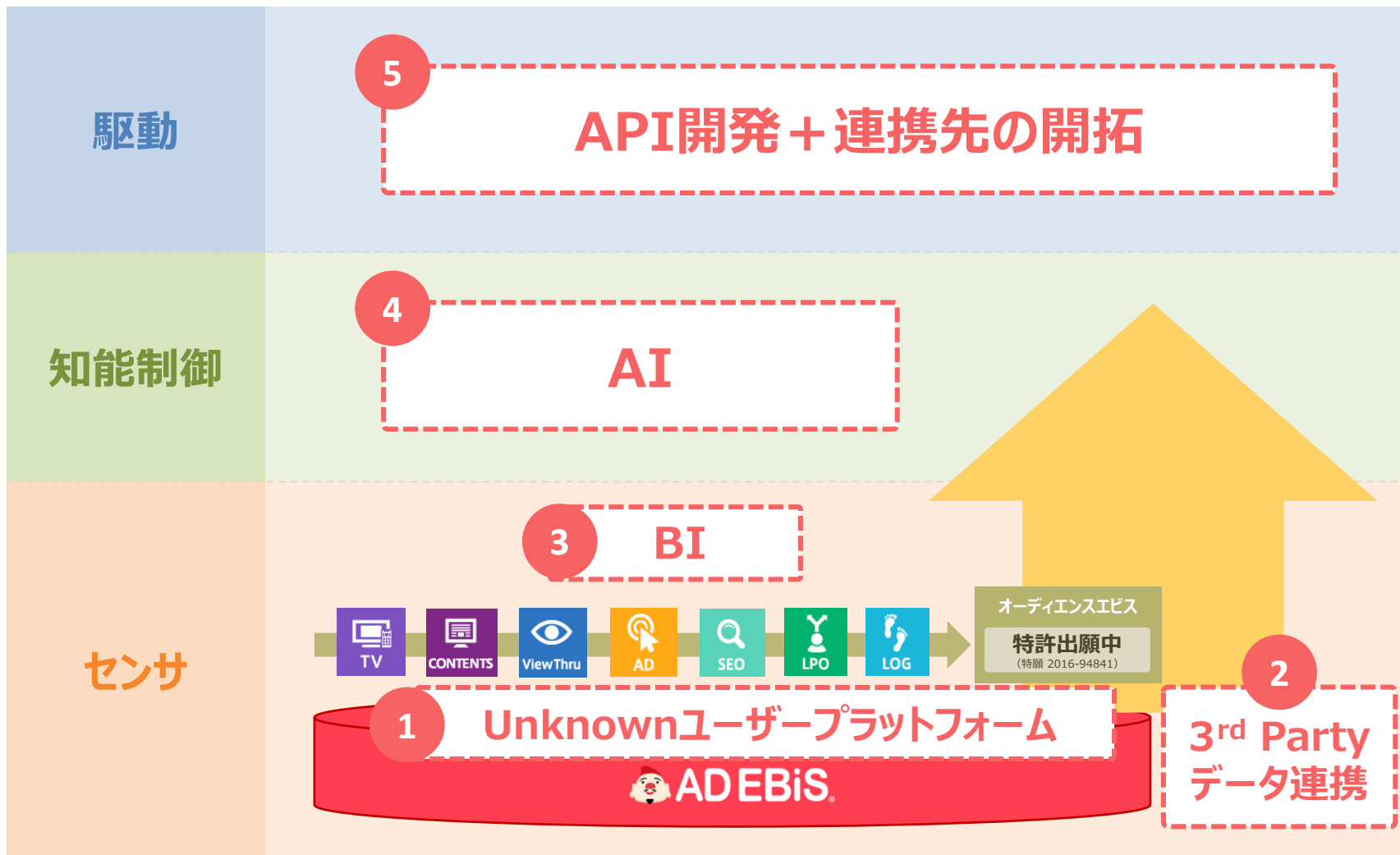
指標②：平均単価

前期4Q料金改定効果もあり、**前年同期比+7,098円増**



※キャンペーン時のみのアカウントもあり、季節変動があります。

マーケティングロボット重点開発テーマ



マーケティングロボット開発の進捗

<p>駆動</p>	<p>⑤API+連携先開拓</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・シングルソースAPI (7月) ・DSP連携 第1弾 (4Q予定)
<p>知能制御</p>	<p>④AI・自動化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・AIによる高精度な性別・年齢・趣味趣向識別機能 (翌上半期予定)
<p>センサ</p>	<p>③BI・データ可視化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・アクション喚起率分析機能 (6月) ・BIツール連携 第1弾 (4Q予定)
	<p>②3rdパーティデータ連携</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・外部メディアデータ連携 (4Q予定)
	<p>①Unknownユーザーデータプラットフォーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・GDN自動連携 (7月) ・スマートTV計測 (翌上半期予定) ・スマホアプリ計測 (翌上半期予定)

外部連携の基盤となる「AD EBiS シングルソースAPI」をリリース

アドエビスによって計測されたユーザーログデータを外部システムと連携することが可能な「AD EBiS シングルソース API」を2017年7月3日にリリース



「AD EBiS シングルソースAPI」を使うことにより、アドエビスで計測したunknownユーザーデータをDSPのような広告配信システムや自社の顧客情報を管理するCRMシステムとシームレスに連携。

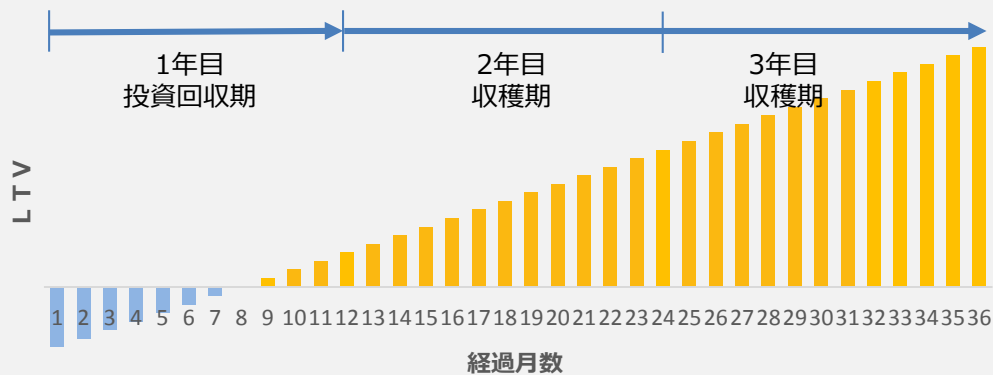
これにより企業は、媒体やツールによって分断されていたユーザーとの接点を紐付けたマーケティング活動が行えるようになります。

マーケティング&セールス強化の進捗

マーケティングプラットフォーム事業は顧客のライフタイムが数年にわたるストック型ビジネス
 海外SaaS企業は中長期の収益を見据えたマーケティング&セールスへの先行投資で高い売上
 成長率を実現しており、その**対売上比率は平均でも35%**(「2016 Pacific Crest Private SaaS Company Survey」より)
 海外競合との競争に勝ち残るべく、マーケティング&セールス体制強化を進めています

SaaSビジネスのLTV獲得モデル

顧客獲得のためのマーケティング&セールス投資が先行するが、回収後のライフタイムを通じて安定収益をあげていくモデル。
 マーケティング&セールスへの積極投資が中長期的な収益拡大のカギとなる。

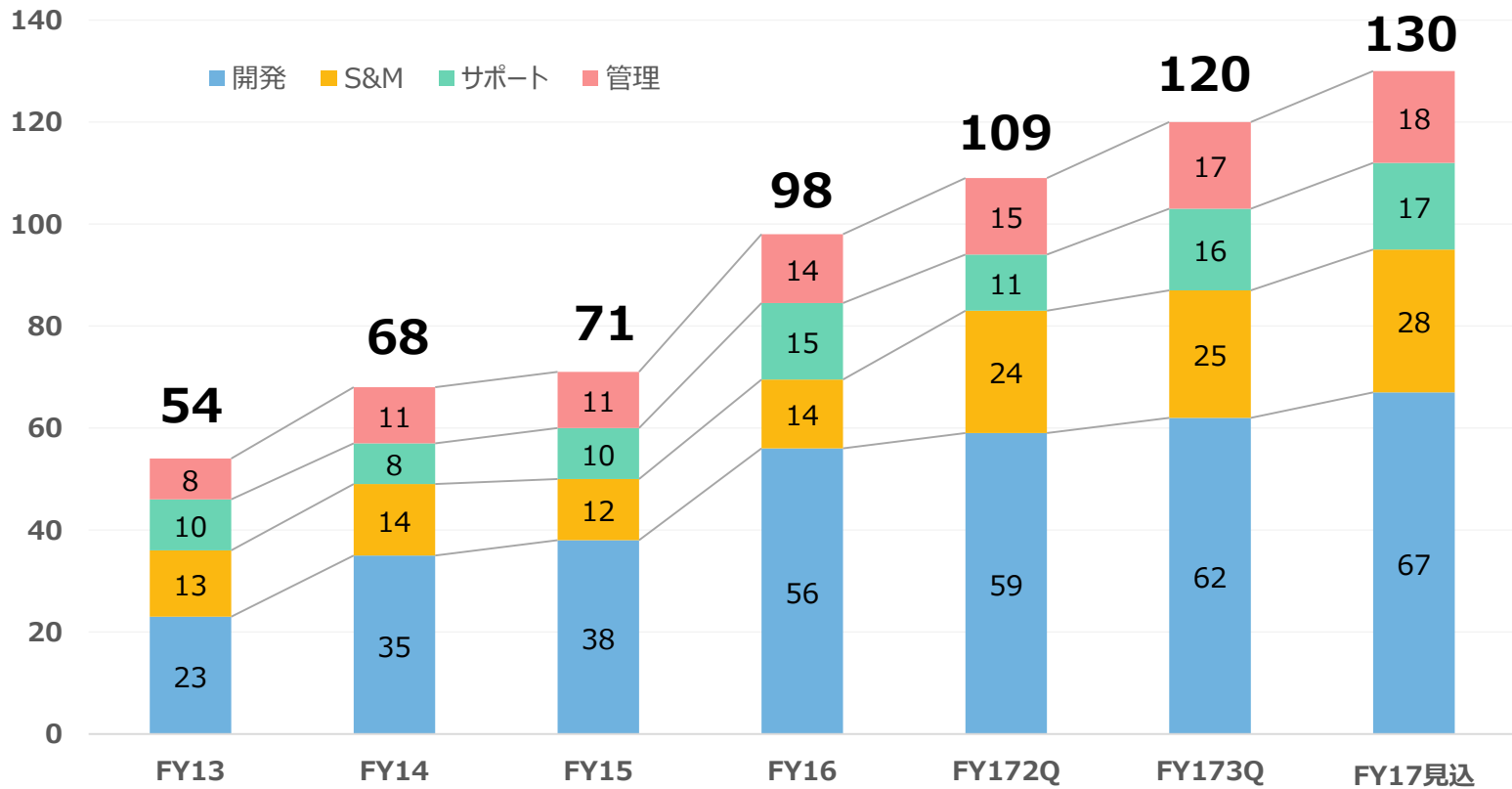


MPF事業各部門費用 対売上比率	2015年9月	2016年9月	2017年9月1Q	2017年9月2Q	2017年9月3Q
マーケティング&セールス	23%	24%	24%	27%	28%
開発 (※資産振替前)	24% (24%)	21% (27%)	20% (27%)	19% (27%)	20% (27%)
カスタマーサポート	9%	11%	11%	11%	11%
その他間接	20%	24%	25%	24%	26%

※自社開発ソフトウェアにかかる原価のうち将来収益に寄与する部分は資産に振替計上しております。

成長加速のための人員採用進捗

マーケティングロボット具現化のための開発人員を強化
販売組織拡大に合わせてサポート体制も拡充しサービスを強化



事業拡大に伴い東京支社オフィスを拡張移転

事業拡大に伴う従業員増加と顧客接点強化のため、2017年7月3日に、
東京支社を銀座から有楽町に拡張移転、
新オフィスではぬくもり溢れる和の情緒と関西らしさを表現

和 × Global × Impact



受付完成予想図



04

商流プラットフォーム 事業

ノンコア事業を再編、エンジニアをコア事業にシフト

EC受託開発事業の関連会社への業務移管は順調に進展
エンジニア人材の8割を9月迄に自社プロダクト開発にシフト



「EC-CUBE」～ECの世界にワクワクを～

従来の構築手法と異なる構築手法を提案。

ECサイト構築は「効率」から「質」を追求する時代となり、**EC-CUBEは市場ニーズとマッチ。**

国内シェアNo.1 ECオープンソースとしてWeb制作に欠かせない
スタンダードプラットフォームを提供。



リリース時のキャッチコピー
「ECサイトに色を」

サイト独自のおもてなしが実現できるをコンセプトに
急速に普及。ショッピングの世界をより楽しいものする
ことが、私たちの目標です。

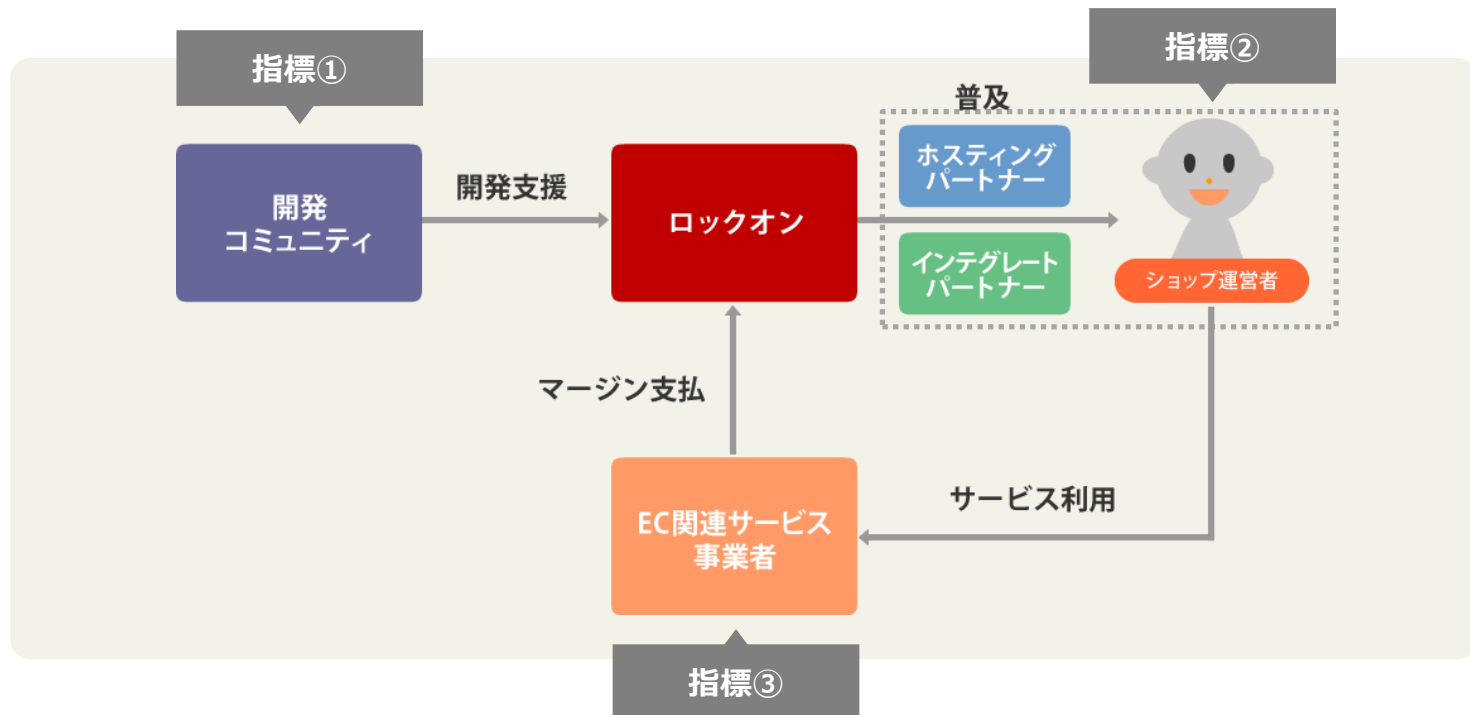


(※) 独立行政法人情報処理推進機構「第3回オープンソースソフトウェア活用ビジネス実態調査」による

EC-CUBEの収益構造

EC-CUBEはオープンソースとして無料で配布し、
 周辺サービスにより収益を得る**フリーミアムモデル**。

開発力（指標①）、営業力（指標②）、サービス力（指標③）を
 外部リソースにより賄うエコシステム。各指標の伸びが収益へとつながる。



トピックス①

Facebook連携プラグインをリリース

企業やショップのFacebookページ上で簡単に自社ECサイトの商品紹介ができる「Facebookページのショップセクション連携」へ国内企業では初めて対応
FacebookやInstagramに広告が配信できる「ダイナミック広告」にも対応



トピックス②

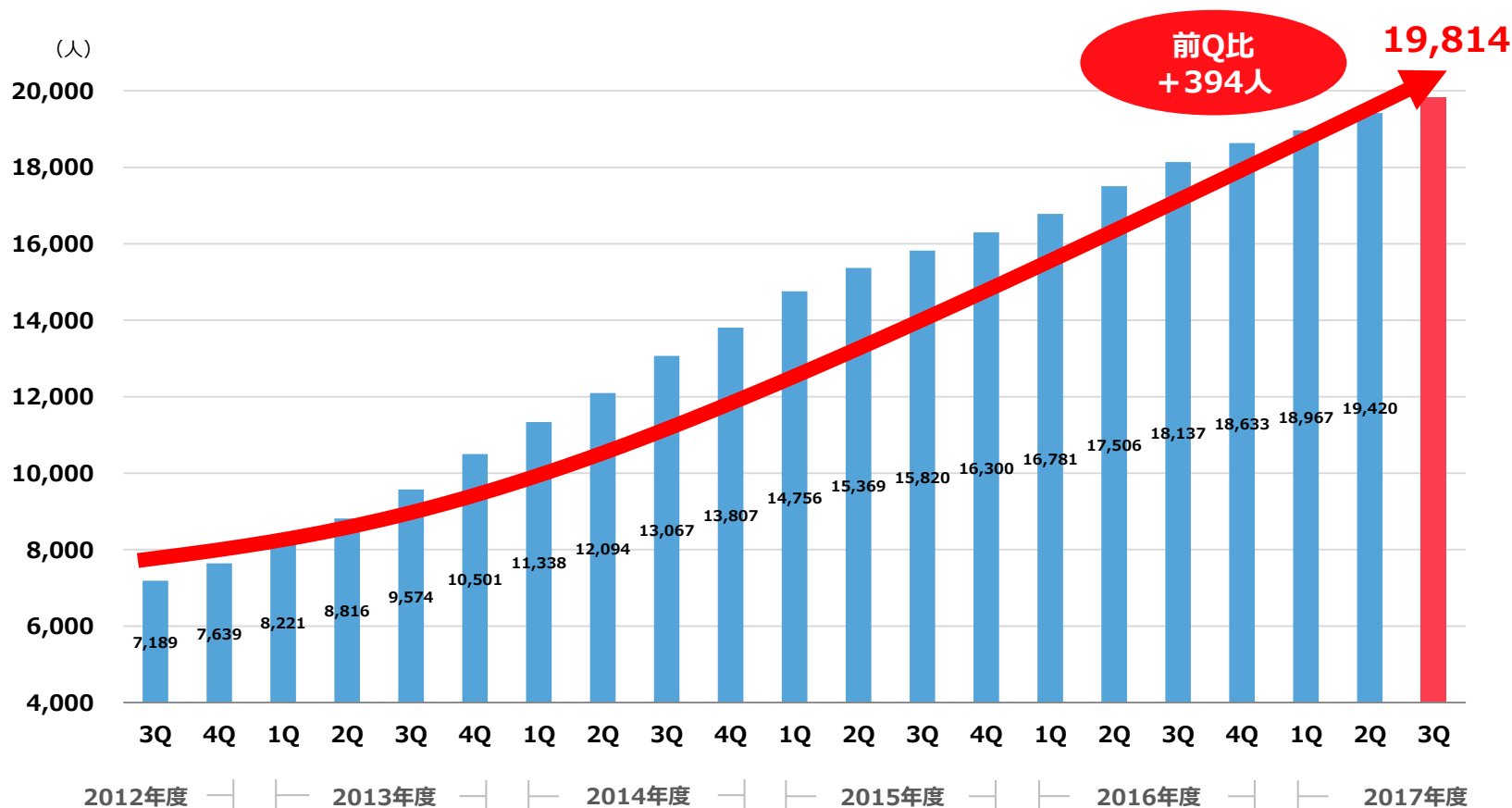
EC-CUBE×オンライン接客サービスとの連携強化を発表

主要3社 ecコンシェル（株式会社NTTドコモ）、ZenClerk（Emotion Intelligence株式会社）、Chamo（株式会社チャモ）と連携強化を発表
連携予定のf-traCTA（株式会社エフ・コード）を加え共催セミナーを開催



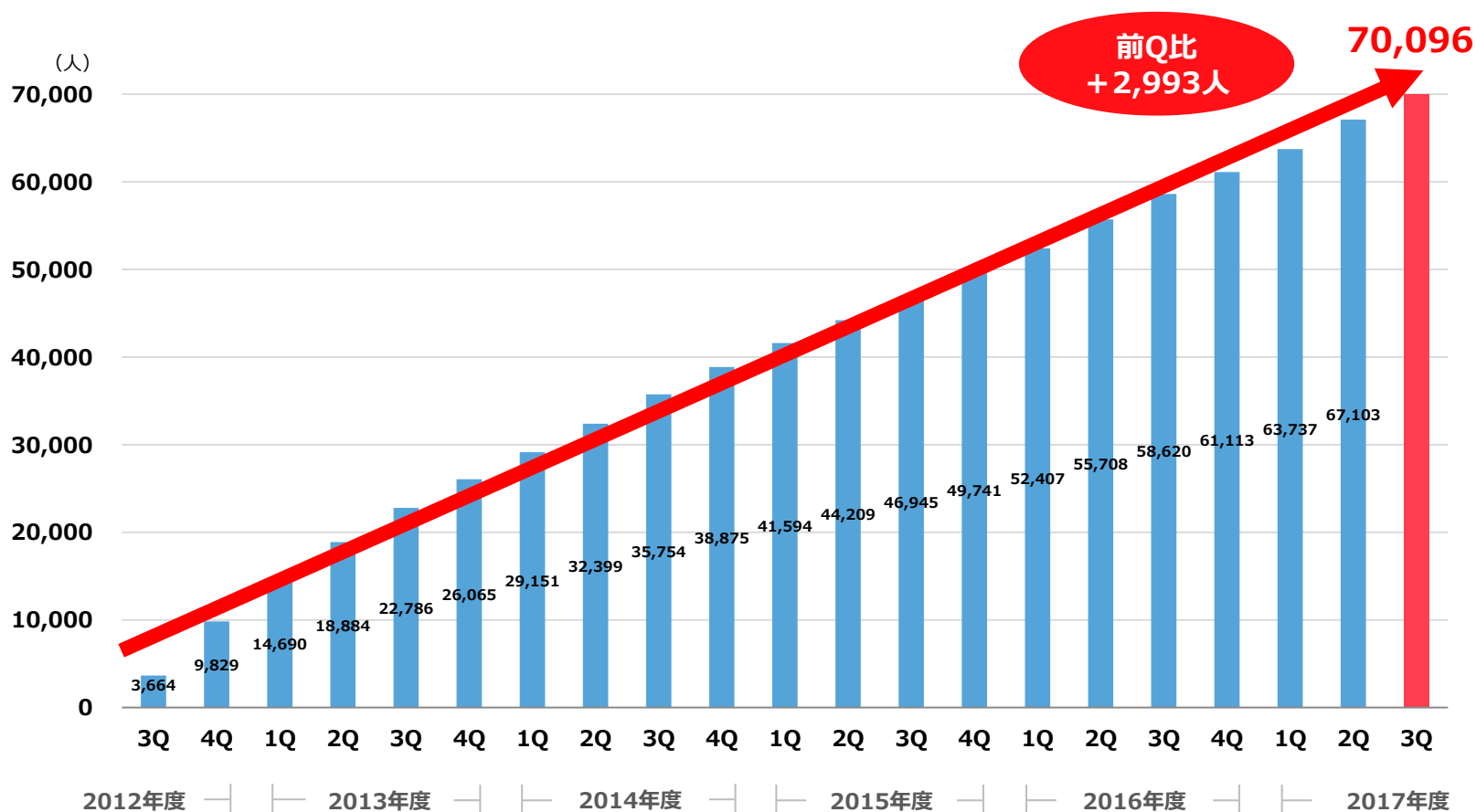
指標①：開発コミュニティユーザー数

EC-CUBE 3.0リリース以降も開発コミュニティ数は順調に増加。
EC-CUBEのクオリティUP、機能追加に貢献。



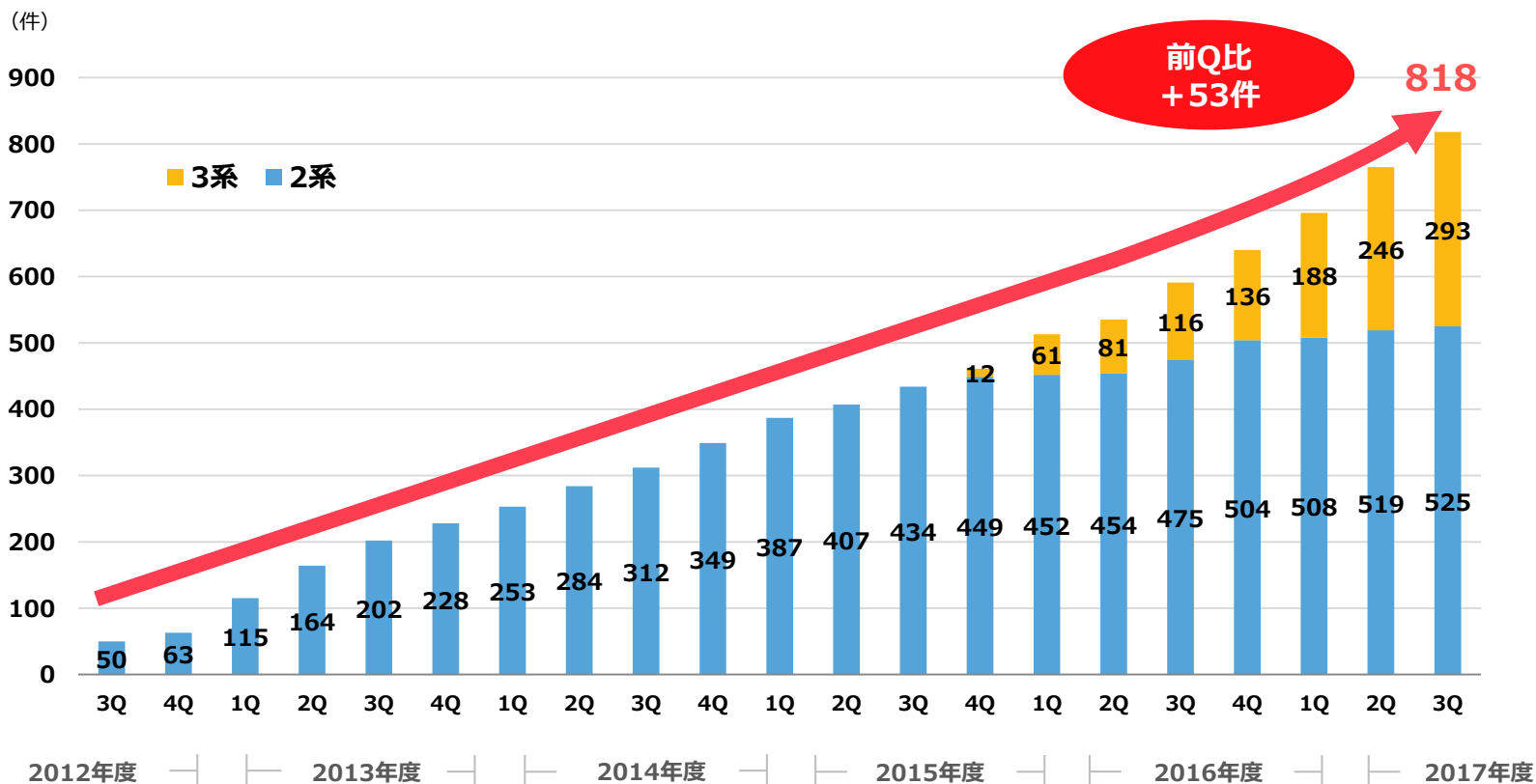
指標②：オフィシャルサイト会員数

EC-CUBEオフィシャルサイト会員数（EC-CUBE利用者）は順調に推移。



指標③：EC関連サービス事業社（プラグイン数）

EC-CUBE 3系 プラグイン増加に弾み。
3系の普及に向けてさらなるプラグイン増加を目指す。



05

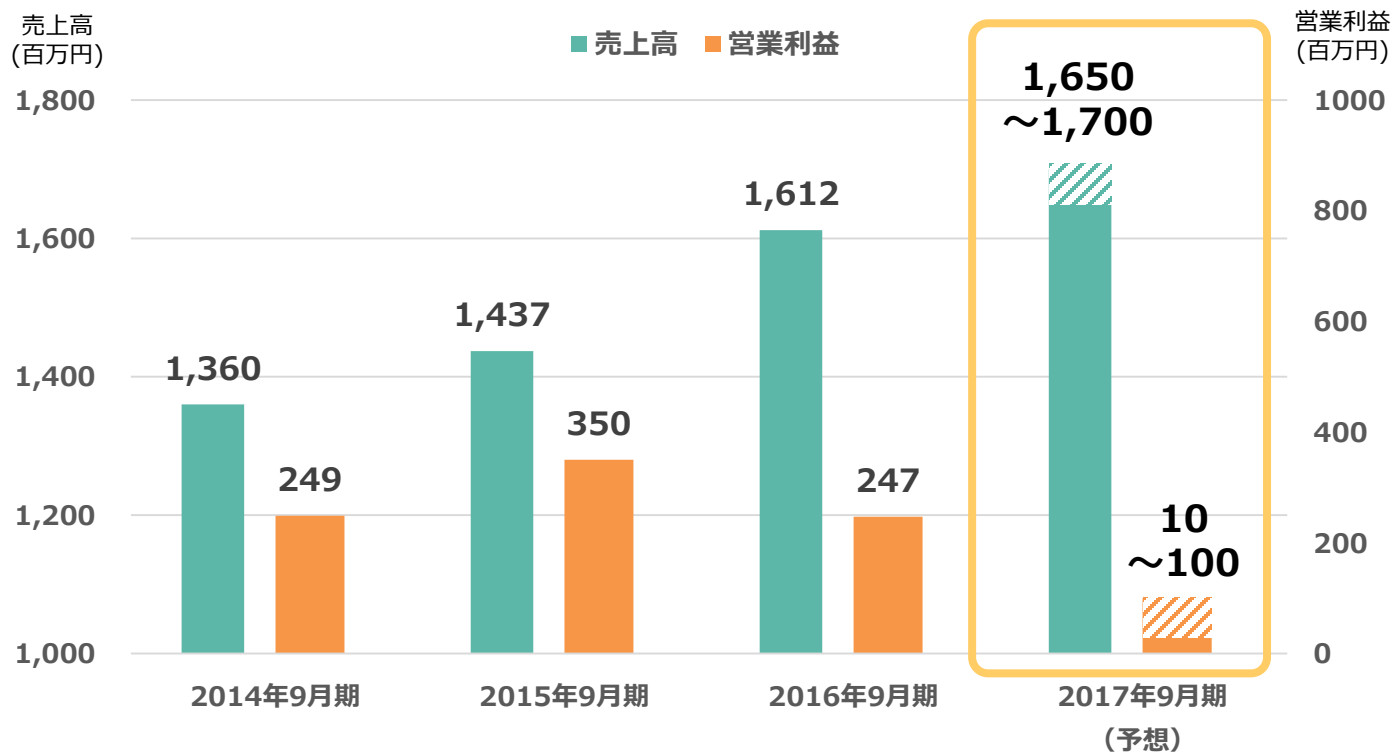
通期業績見通しについて

2017年9月期の通期業績見通し

2017年9月期通期連結業績予想

売上高 : 1,650百万円~1,700百万円

営業利益 : 10百万円~ 100百万円



2017年9月期の通期業績見通し（セグメント別売上）

マーケティングプラットフォーム事業では、マーケティング・セールス強化施策及び新規サービス開発への投資が引き続き売上拡大に寄与することが見込まれます。

一方、商流プラットフォーム事業では、受託開発事業を関連会社に業務移管、事業再編を進め、自社プロダクト開発に注力していくに伴う売上減少を見込んでおり、全社としては小幅な増収を見込んでおります。

単位：百万円

売上	2016年 9月期	2017年 9月期予想	前期比	増減率	
マーケティングPF	1,073	1,240～1,250	+166～176	15.5%～16.4%	
商流PF	EC-CUBE	219	200～210	▲19～▲9	▲8.8%～▲4.2%
	ソリューション	319	210～240	▲109～▲79	▲34.2%～▲24.8%
売上合計	1,612	1,650～1,700	+37～87	2.3%～5.4%	

まったくあたらしい、
次世代コミュニケーションへ

MARKETING ROBOT COMPANY



---本資料の取り扱いについて---

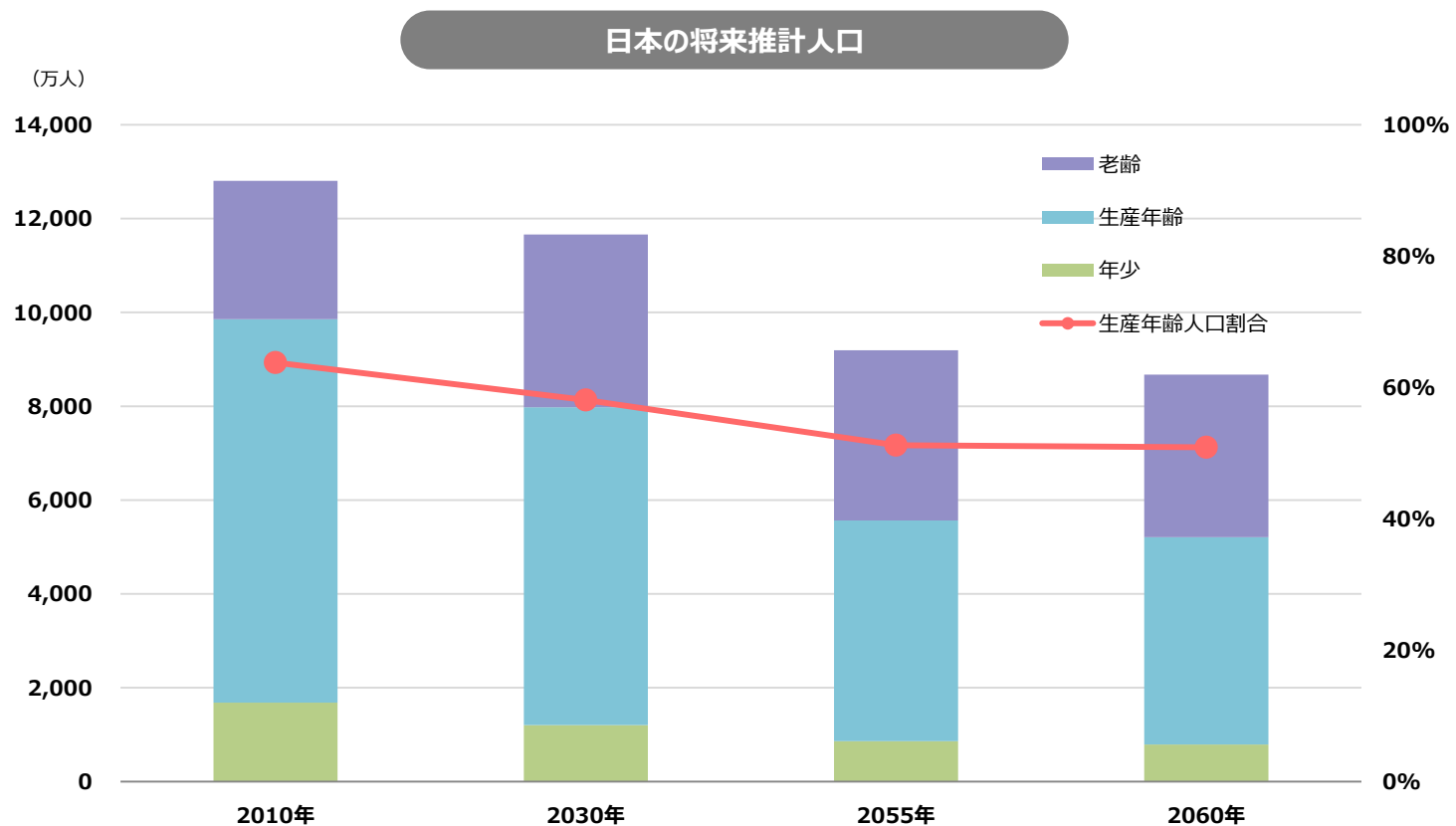
本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動することがあります。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや確実性がありますことを、予めご了承ください。

参考資料

マーケティングロボット戦略概要

少子高齢化時代における企業と顧客のコミュニケーションの課題

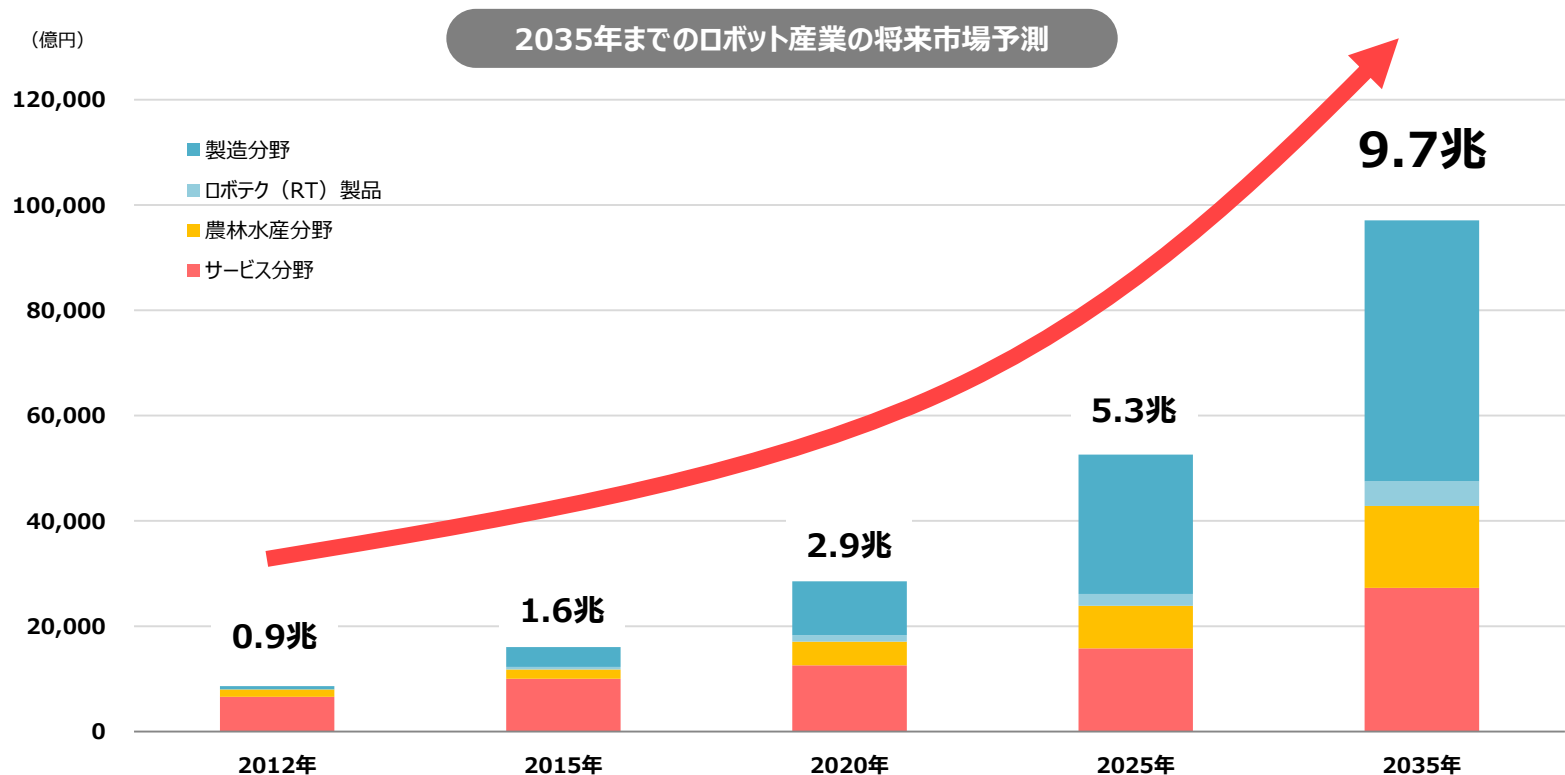
日本の人口は右肩下がり。市場規模縮小と労働力減少により、企業と顧客とのコミュニケーションは、より効率化が求められる時代へ。



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」

労働力の減少を背景に伸びる「ロボット市場」

労働力の減少を背景に急速に伸びるとされるのが「**ロボット市場**」。
ロボットこそが企業と顧客のコミュニケーション円滑化の最重要ファクター。
介護用ロボット、医療用ロボット、農業用ロボット、運送用ロボット、自動運転など、
既にあらゆる分野でロボットが活躍を始めている。



出典：経済産業省「ロボット産業市場動向調査結果」

※ロボテック (RT) : ロボットテクノロジーの略

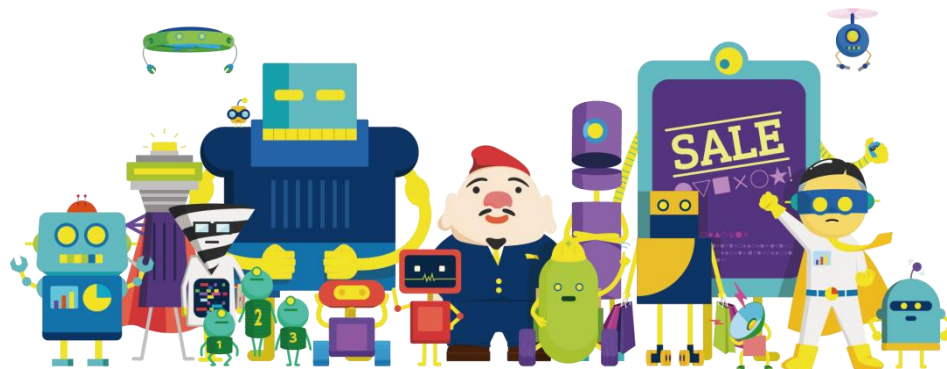
マーケティングにもロボットのを

ロックオンが今までも、そしてこれからも行う事業は
企業と顧客とのコミュニケーション円滑化（自動化・効率化）事業

すなわち

「マーケティング ロボット」事業

※「マーケティング ロボット」は登録商標です。



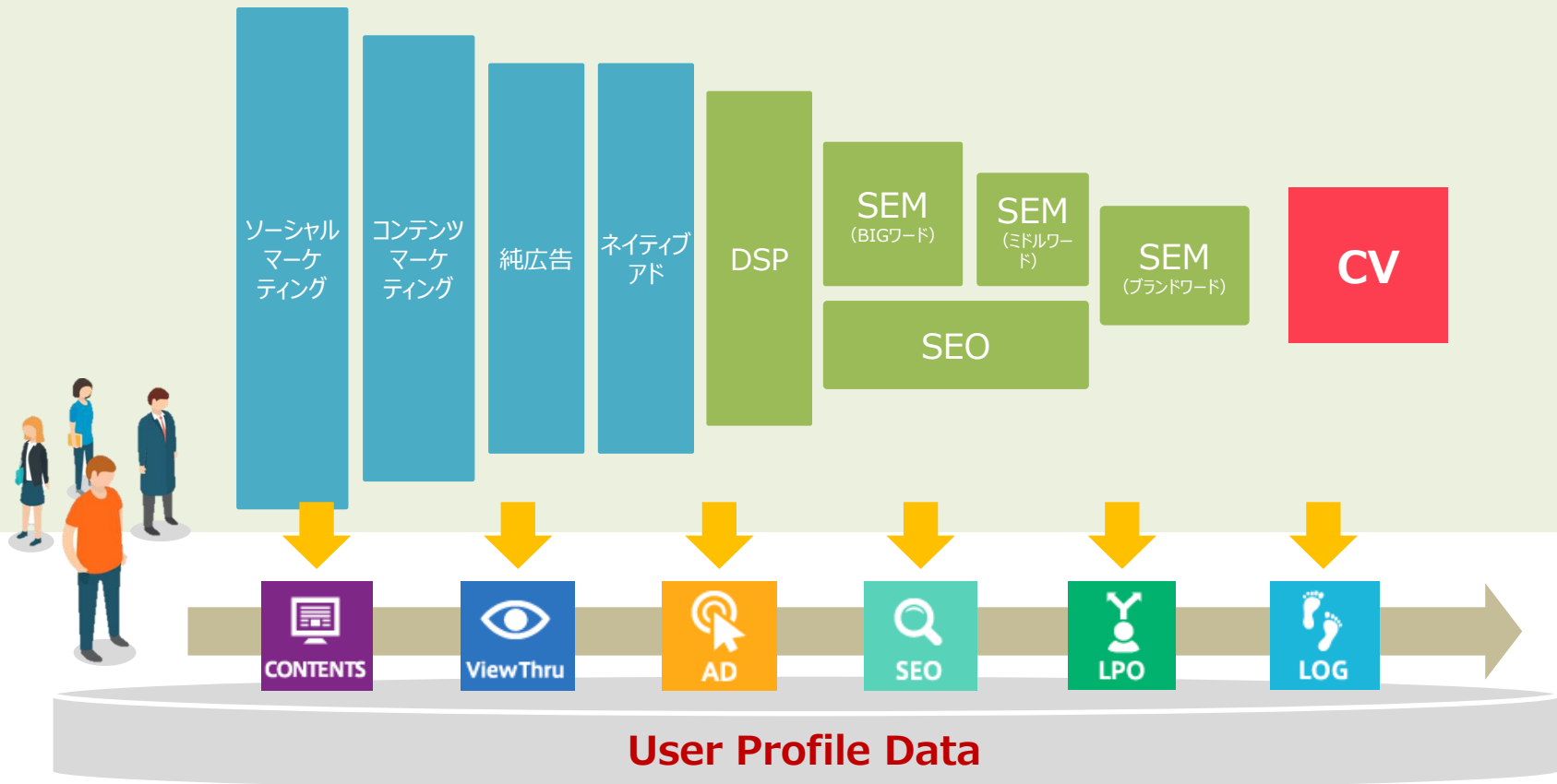
ロボットの三要素

ロボットに必要とされる三要素
ロックオンは基盤となるセンサ系でデータ蓄積をしてきた強みをもつ



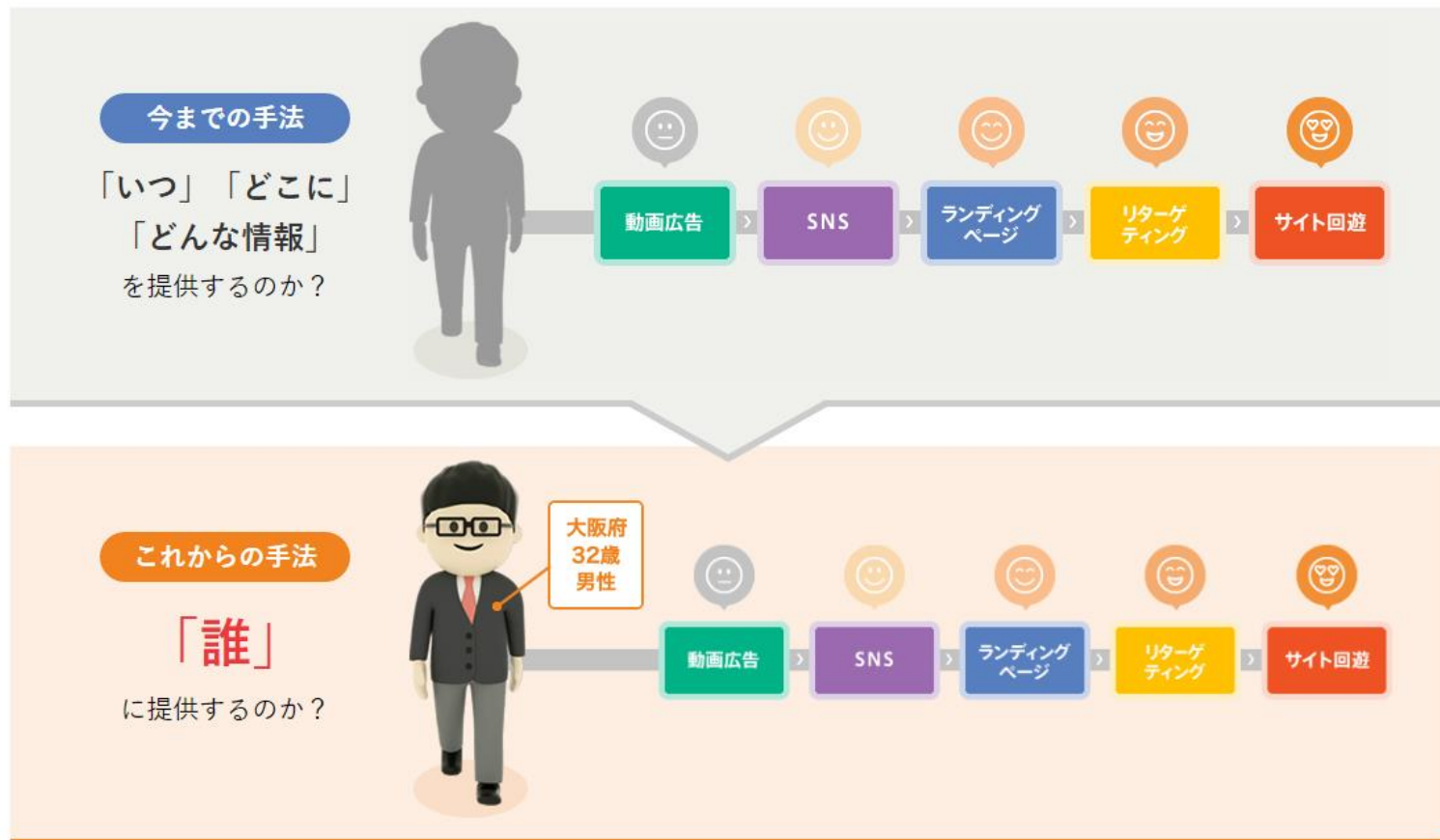
カギとなるのはユーザープロフィールデータ

蓄積した測定データをひとつなぎにすることで見えてくるユーザー像
それが**ユーザープロフィールデータ**



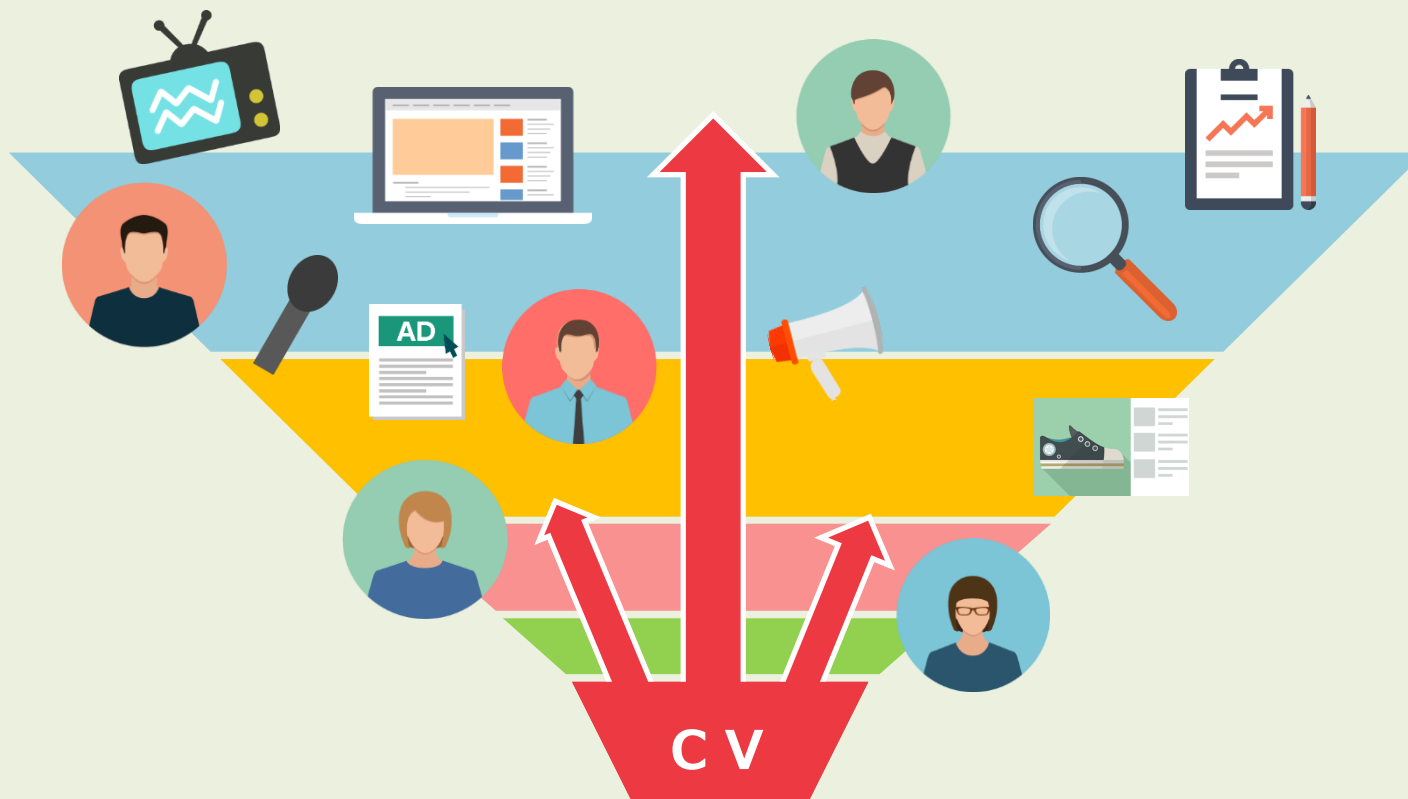
効果測定からユーザープロファイリングへ

見込客のユーザープロフィール
行動履歴を属性情報と紐づけることでマーケティング活動は一変する



ユーザープロフィールによる逆引きプランニング

例えばユーザープロフィールと相性のよいメディアを
コンバージョンから逆引きでプランニング



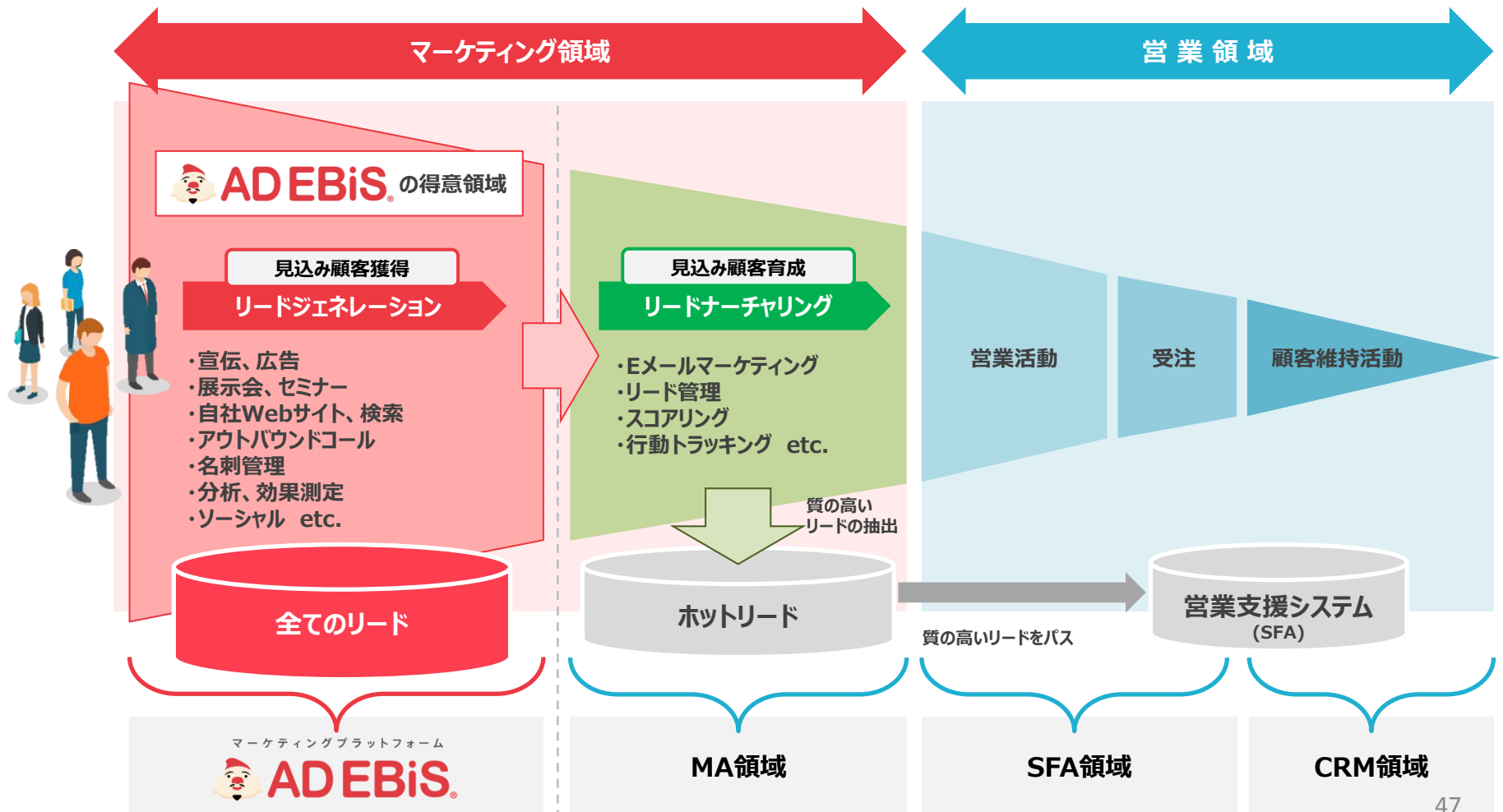
自動実行・学習改善のPDCA

これを各種ツールに連携・自動実行・学習改善のPDCAを回していく
これがマーケティングロボットの世界



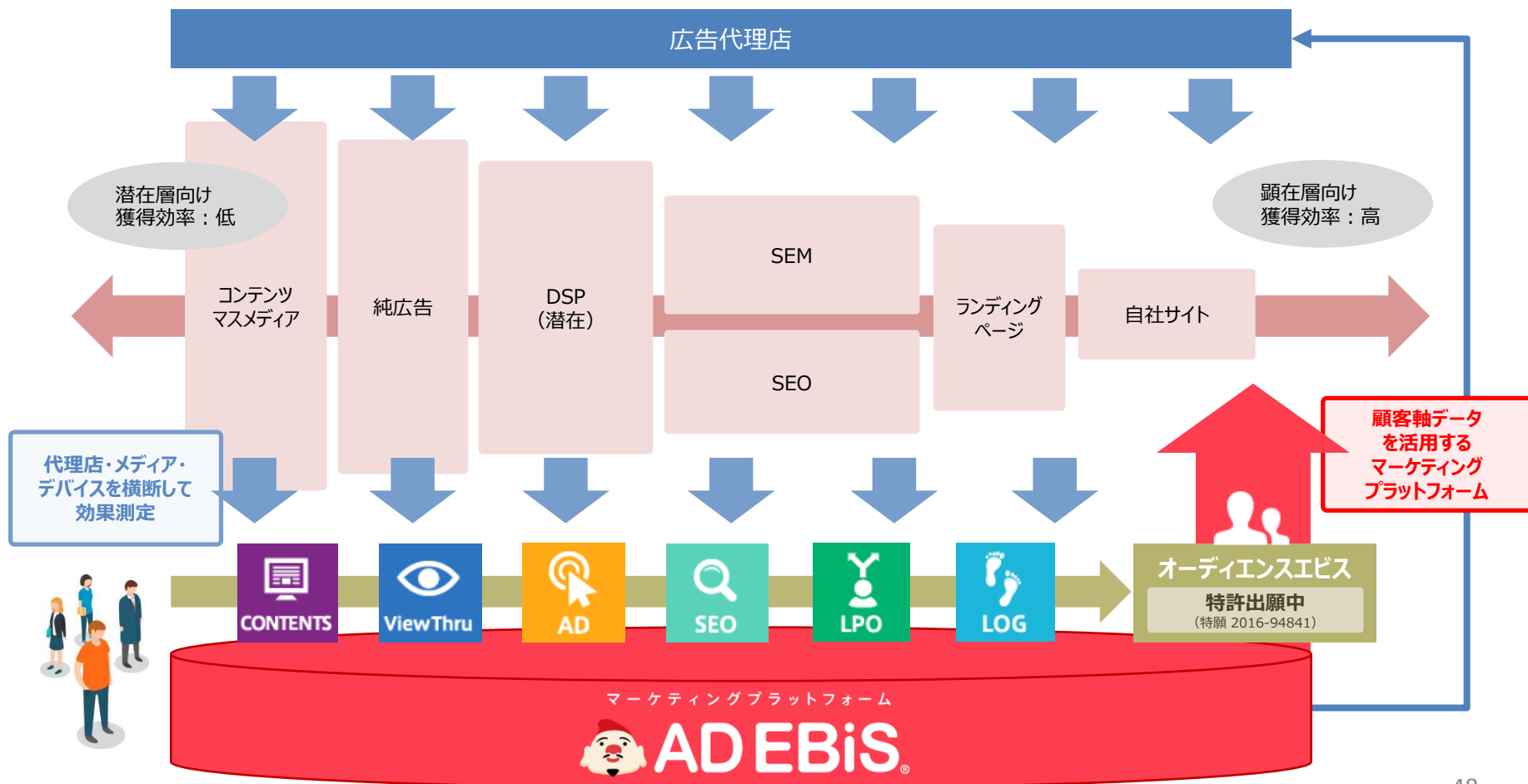
マーケティングロボットデータ基盤

「アドエビス」は**見込み顧客獲得**（リードジェネレーション）におけるプラットフォームを確立。
MA（マーケティングオートメーション）、SFA、CRMとは異なる立ち位置。連携が可能。



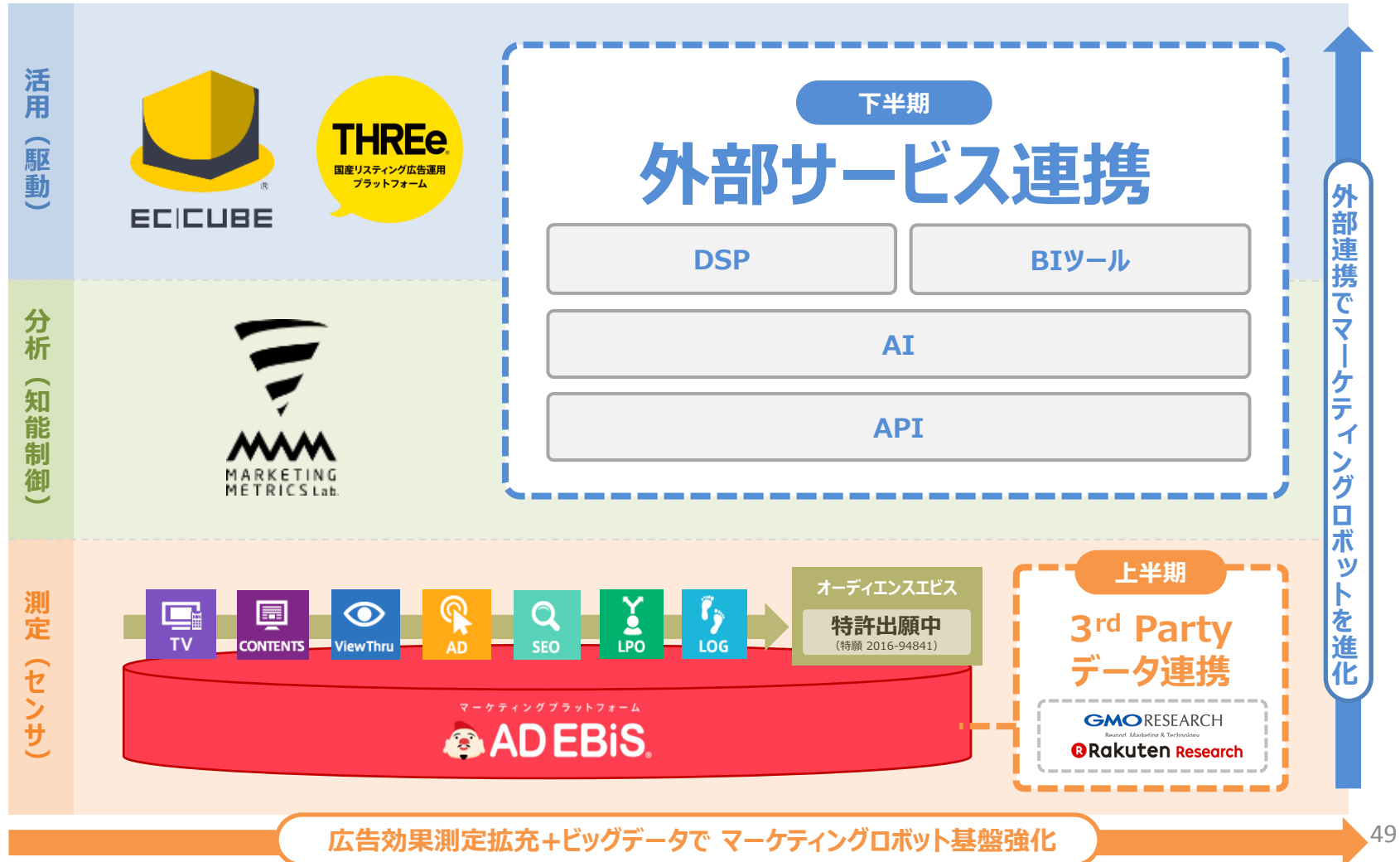
マーケティング効果測定のパラットフォーム

アドエビスはあらゆるマーケティングの効果をもメディア・デバイス・代理店を横断して測定、
マーケティング活動の成果最大化をサポートするサービス



センサ領域を基盤に智能制御・駆動系へ

アドエビスで築いてきたデータ基盤を活かし分析・活用サービスへの連携を進展



参考資料

その他

「アドエビス」の導入実績

「アドエビス」はマーケティング活動の効果測定ツール・SaaS型DMPとして
多様な業種のマーケティング活動をサポート

導入実績
8,000社
以上

ツール導入実績



DMP活用事例

今日を愛する。
LION

「アドエビス」をコアとしたプライベートDMPを
ライオン株式会社に提供

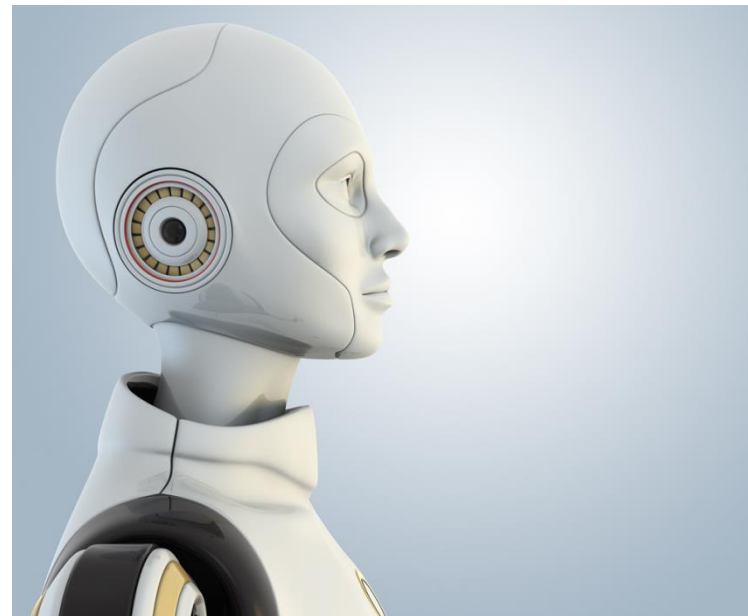
NTT DATA

株式会社NTTが提供するデータデジタルマーケ
ティング支援サービスのDMP基盤に採用

マーケティングメトリクス研究所

ビッグデータ、そして将来の人工知能（データマイニング技術）の必要性を感じ、他社に先駆け、2010年4月、データマイニングの専門研究所「**マーケティングメトリクス研究所**」を設立。当社サービスへの転換、産学連携、ビッグデータ・データマイニングに関する啓蒙など、活動は多岐に渡る。ユニークかつ鋭い分析が注目され、テレビ・ラジオ番組に出演するなど活動の幅を広げている。

<http://www.mm-lab.jp/>



2017年9月期第3四半期 プレスリリース一覧①

2017/04/27	AD EBiS	株式会社ロックオン、日本最大級のIT商談展「Japan IT Week 春 東京ビッグサイト」内、「Web & デジタルマーケティングEXPO」に出展
2017/05/09	AD EBiS	株式会社ロックオン、アドエビスに4つの分析モデルを「TCPA」「再配分CV」へ搭載し、柔軟なアトリビューション分析を実現。
2017/05/11	CORPORATE	株式会社ロックオン、「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」の認証を取得
2017/05/26	AD EBiS	株式会社ロックオン、株式会社フルスピードによる「アドエビス」の活用事例を公開。アドエビスが提供するデモグラフィック情報の活用により、コンバージョン数を170%改善。
2017/06/08	AD EBiS	株式会社ロックオン、「Marketing Special DAY」に協賛。マーケティングプラットフォーム戦略企画部チーフストラテジスト足立がセミナーに登壇。
2017/06/14	EC-CUBE	株式会社ロックオン、Facebookページ上での商品紹介や、リターゲティング広告配信など、売上アップに貢献する「Facebook連携プラグイン」をEC-CUBEオーナーズストアで配信開始～Facebookの最新機能に対応。Facebookページのショップセクション連携は国内企業初 ～
2017/06/20	EC-CUBE	株式会社ロックオン、EC-CUBE×オンライン接客サービスとの連携強化を発表。EC-CUBE利用店舗の売上アップを積極サポート。～ オンライン接客サービス特設サイトの設置、「ecコンシェル・f-traCTA・ZenClerk・Chamo 特別セミナー」を7/12に開催するなどサービス導入も積極支援 ～
2017/06/20	CORPORATE	株式会社ロックオン、事業拡大に伴う東京支社オフィス拡張移転のお知らせ
2017/06/22	AD EBiS	マーケティングプラットフォーム「アドエビス」、ブランディング広告効果を可視化する「アクション喚起率分析」を7月3日にリリース。併せて、最大3ヶ月間無料提供キャンペーン開始！

2017年9月期第3四半期 プレスリリース一覧②

2017/06/27	EC-CUBE	株式会社ロックオン、EC-CUBEの利用者向けに「クレジットカード情報の非保持化対応」に関する相談窓口設置や全国無料セミナーなどのサポートを開始～ サポート切れのEC-CUBE過去バージョン（Ver2.4以下）も相談可能～
2017/06/29	EC-CUBE	株式会社ロックオン、EC-CUBE公式決済「EC-CUBEペイメント」にて、期間中にトークン決済をお申込みの方全員に「セキュリティパック」をプレゼント。～決済オプション1点＆「EC-CUBEセキュリティ診断」10%OFFクーポン＆3Dセキュア進呈～
2017/06/29	CORPORATE	株式会社ロックオン、地域活性化を目的とした株主優待制度「大阪ええもん優待」2017年度版を発表。地元大阪の名産品を毎年厳選してお届けし、地元PRにも寄与。～昨年人気の「電気式半自動たこ焼き器」が2.5倍の数量で再登場！その他、知る人ぞ知る大阪の名産品をお届け～

まったくあたらしい、
次世代コミュニケーションへ

MARKETING ROBOT COMPANY



---本資料の取り扱いについて---

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動することがあります。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや確実性がありますことを、予めご了承ください。